

kigokoro

EIDAI Corporate PR Magazine

Autumn 2021 / vol.9



kigokoro

Autumn 2021 / vol.9

第9号 令和3年10月1日発行
編集・発行: 永大産業株式会社 事業管理部 広報課
〒559-8658 大阪市住之江区平林南2-10-60 TEL: 06-6684-3058 FAX: 06-6684-3051



GRANMAJEST

グランマジェスト

DOOR | SHOESBOX

無駄を削ぎ落としたからこそ見た本質的なモノ。
その洗練された美しさをグランマジェストというカタチにしました。



木を活かし、よりよい暮らしを

EIDAI

お客様相談センター

☎ 0120-685-110

[受付時間] 平日・土曜日9:00~18:00 (休業日: 日曜日、祝日、夏期休暇、年末年始)

永大産業株式会社
www.eidai.com

EIDAI ショールームでお確かめください。

EIDAI SR

検索





カラーバリエーション：ブラックウォールナット



【左】建材事業部 商品部 開発室長 生長 剛 【中】建材事業部 商品部 商品一課 小畑 莉子
【右】建材事業部 商品部 開発室 高崎 万里

開発者の声

新開発の塗装・抗ウイルス加工の効果を上手に活用。

天然木の質感を活かしつつ、ニーズに応える性能の付与を目指して。開発に携わったメンバー3人に話をうかがいました。



EIDAIの抗菌加工
抗ウイルス加工
詳細はこちら

「銘樹モクトーン」の開発背景やコンセプトについて、あらためてお聞かせください。

生長 フローリングの仕上げ材は、樹脂シートと天然木に大別されます。シートは幅広い表現ができ、近年は質感も上がってきているため、現在ではシートの需要は全体の7〜8割を占めています。しかしその一方で、天然木も根強い人気があります。

小畑 かつては、天然木でもしつかりと着色されたツヤのあるフローリングのほうが、高級感があるとして人気だった時代もありました。しかし今は、天然木らしいナチュラルな質感のフローリングがトレンドです。コロナ禍で、おうち時間が増えたことや、SNSで気軽に住空間を見せ合えるようになったことで、エンドユーザーのこだわりも強くなっています。こうした背景の中で生まれたのが「銘樹モクトーン」です。

高崎 コンセプトは「be natural(素材の飾らない美しさを味わう)」。天然木本来の風合い、表情。その魅力を最大限に引き出すことにこだわりました。永大産業は創業時から天然木を扱っている企業です。「銘樹モクトーン」によって、さらにブランドイメージを強化したいという思いもありました。

素地感のあるフローリングを実現するために、どのような工夫をされたのでしょうか。

生長 ポイントは塗装になります。天然木の材色を大切にしたい製品はこれまでもあったのですが、オイル仕上げのように素地を活かした自然な風合いを出すために使用する塗料をすべて改善し、「Eナチュラル塗装」として新たに開発しました。そして、従来のフローリングと同等の機能性を担保しつつ、いかに素地感を出すかが苦労した点です。

小畑 素地感を出しながら、異なるロットのツキ板が混ざっても違和感が出ないよう、製品としての均一性を保つために現場で試作を重ねました。

今回は、さらに抗ウイルス加工も施されているので、難しい面もあったのでは。

生長 そうなんです。塗料に抗ウイルス剤を配合すると、白っぽくぼやけてしまい、素地感が失われ、さらには求められる性能も得られないという問題もありました。そこを乗り越えるために、塗料に含まれる樹脂の見直しから行い、複数の課題をクリアしていくことに苦戦しました。

高崎 その甲斐あって、時代に求められる性能を発揮しながら、これまでにない素地感を持つ製品に仕上がりました。使い込むほどに味わいが増す、そんな経年美化もぜひ楽しんでいただきたいと思います。



カラーバリエーション：画像(上) アッシュ・クリア 画像(下)：ブラックチェリー



天然木のよさを限りなく追及した「銘樹モクトーン」

新製品紹介

銘樹 Mokutone
MEIJYU モクトーン

天然木の質感を活かしたフローリング

抗ウイルス加工も施した

銘樹モクトーン

これまでの「銘樹」シリーズに、さらに磨きをかけた新製品「銘樹モクトーン」。

天然木の質感を追求し、さらに抗ウイルス性能も発揮するフローリングの特長を詳しくご紹介いたします。

10月発売開始

天然木を好む「本物志向」と
「コロナ禍による「健康志向」への回答

近年、フローリング以外の製品と色合わせしやすいなどの理由で、表面を樹脂シートで化粧したフローリング(シートフローリング)の需要が高まっています。その一方で、ツキ板仕様の製品は天然木特有の風合いにこだわるユーザーに根強い人気があります。

永大産業は2014年から、天然木の挽き板・ツキ板を表面にあしらったフローリング「銘樹」シリーズを展開してきましたが、こうした本物志向に応えるため、これまで以上に天然木の素材感を追求。開発に1年半をかけ、2021年10月に「銘樹モクトーン」を発売しました。

「銘樹モクトーン」では、新開発の「Eナチュラル塗装」を採用。耐傷性能や耐キャスター性能といったフローリングに求められる性能を満たしながら、天然木の材色や自然な風合いを最大限に活かしました。さらに、コロナ禍によってエンドユーザーの健康志向が高まる中、抗ウイルス加工を施し、SIAA(抗菌製品技術協議会)認証を取得しました。

フローリング幅は、一般的な3Pタイプと、幅広の2Pタイプから選択可能。当社の「スキスムS/T」の建具と組み合わせ、さまざまなインテリアスタイルにご使用いただけるよう、全9樹種13色柄を取り揃えています。また、SDGsの取り組みの一環として、フローリング基材には国産針葉樹合板を用い、環境にも配慮した製品となっています。

新しい収納製品「Cave'S(カベス)」を発売



7月19日に発売した新製品「Cave'S(カベス)」は、『空間を整える収納』というコンセプトに基づいて開発した、キッチンの背面に設置する収納製品です。LDKがゲストルームの役割も果たしている昨今の住宅事情を反映し、収納の大容量化と高い意匠性を両立させました。お客様の来訪時に「Cave'S(カベス)」の大型引き戸を開じれば、アクセントウォールのようになり、キッチンを含めたLDK空間に、開放的で一体感のある印象を与えることが可能です。さらに当社の主力ブランド「Skism(スキスム)」製品等とのコーディネートで、より一層統一感のある空間に仕上げるすることができます。



大型引き戸を開じれば、アクセントウォールのようになり、キッチンを含めたLDK空間が開放的で一体感のある印象に



3本引き戸 冷蔵庫収納タイプ

4本引き戸 冷蔵庫収納タイプ

食器類をはじめ、ストック品から、キッチン家電、ゴミ箱まで、生活感の出やすいキッチンまわりのものをすべて収納することが可能です。さらにプランニングにより、大型の冷蔵庫を収納することもできます。

ムクフローリングの決定版「銘樹プレミアムク」をInstagramでご覧ください



銘樹プレミアムク アカシア アンティークを用いた舞台セット



当社は、7月から9月にかけて放映されたTBS系火曜ドラマ「プロミス・シンデレラ」のセットに美術協力させていただきました。製品はムクフローリングの「銘樹プレミアムク アカシア アンティーク」で、ドラマの中では主人公が身を寄せる大きな屋敷の床材に用いられました。Instagramの当社アカウントでご紹介していますので、ぜひご覧ください。



中期経営計画「EAP2023」に基づいた物流改革を展開

新しい本社物流倉庫が完成

2020年7月に着工した本社物流倉庫が完成し、この9月から本格的な運用を開始しました。当社では、中期経営計画「EIDAI Advance Plan 2023 = EAP2023」の中で、物流改革の推進を挙げており、今回の新倉庫建設もその計画の一環です。

倉庫自体も「災害に強い」造りに

この新しい本社物流倉庫の建設(kigokoro 8号一部既報)は、中期経営計画「EAP2023」で策定した物流改革に基づいています。

この物流改革は、BCM(事業計画マネジメント)を視野に入れながら進めており、2020年10月には、需要の多い首都圏エリアにおいて、配送サービスの向上や災害時の対応を目的に、埼玉県草加市に「草加物流センター」を開設しました。

新しい本社物流倉庫の建設にあたっては、倉庫自体も災害に備え、いくつかの工夫を施しました。

まず、大雨などによる浸水の可能性を想定して、倉庫全体の基礎の高さを通常よりも50センチかさ上げしました。さらに隣接する既存の本社倉庫とともに安定的に電力が供給されるよう、受電設備を1階ではなく、2階に設置しました。

このほか2階に運び入れるための貨物用エレベーターは、仮に1基が故障しても業務が滞らないよう、この類の倉庫では珍しい2連式を設置しました。

また、不測の事態により2階から運び下ろすことが困難となった時のために、2階正面に大型のバルコニーを設け、クレーンを使って搬入・搬出ができるようにしました。



完成した本社物流倉庫の外観

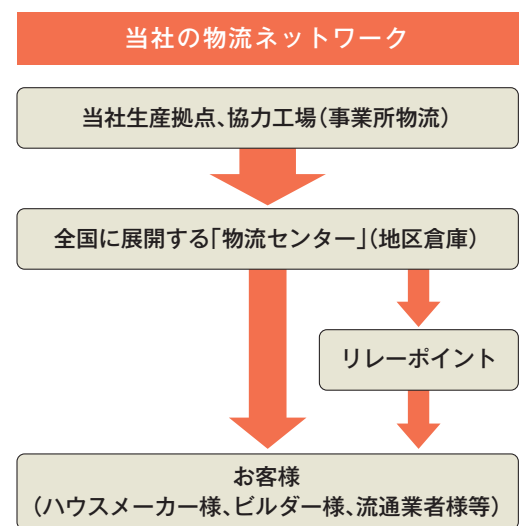


万が一の事態を想定した2連式の貨物用エレベーター



非常用の2階搬出入口

ところで、当社の物流ネットワークを図化した場合、下図のようになります。当社では、生産拠点または協力工場における一時的な製品保管のことを簡易的に「事業所物流」と呼んでおりますが、今回建設した本社の新しい物流倉庫は「事業所物流」にあたりません。当社では、今回の新しい本社物流倉庫の完成にとともに、本社の近隣に分散していた倉庫を集約して、本社「事業所物流」における業務の一元化を図ります。さらに、先頃整備した既存の本社物流倉庫とも連携し、より一層、物流の効率化を目指してまいります。



手している物流管理システム(二次元コードを利用し、生産から配送までを一元管理)を運用し、お客様(ハウスメーカー様、ビルダー様、流通業者様)により、利便性の高い配送を目指してまいります。

探訪

日本の原風景

第九回 神奈川県 横浜市

横浜港（横浜みなとみらい21）

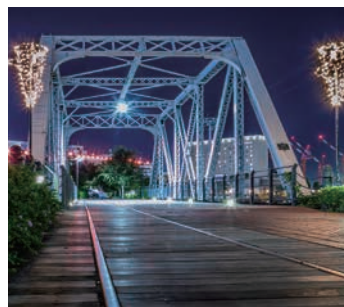
さまざまな歴史を積み重ね、新旧織り成す文化が融合した港町へと日々進化する

江戸時代後期よりさまざまな国と交易し、日本の発展に貢献してきた横浜港。今も異国情緒漂う独特の雰囲気を感じ出している。

横浜港の歴史はペリーの来航から始まる。その後も生糸貿易では世界でも有数な取引地として栄え、外国人居留地を整えるなど、外国の文化・技術をいち早く取り入れてきた。そんな160年以上に渡り国際貿易港として日本の近代化を牽引してきた横浜港の歴史を今も感じることができる。

明治に開通した臨港鉄道（汽車道のレールや、橋梁の一部が当時のまま保存され、情緒豊かな散策路として多くの人で賑わっている。その他にも明治から大正にかけて建築された「赤レンガ倉庫」や、北太平洋の女王と呼ばれ、喜劇王チャップリンも乗船した「日本郵船氷川丸」、太平洋の白鳥と呼ばれ、練習帆船として活躍した「日本丸」などが現存し、見学することもできる。

また、「赤い靴」や「かもめの水兵さん」などの童謡、ドラマや映画、アニメの舞台としても採用されてきた魅力溢れる港町。文明開化を経て発展し続ける横浜港の魅力は一言では語り尽くせない。



ショールーム紹介 横浜ショールーム

総合的なサービスのご提供に努めております

横浜のシンボリック存在であるランドマークタワーに、現在の横浜ショールームが移転・オープンしたのは2015年5月のことです。それから6年が経過し、当ショールームの認知度もかなり上がってきたと実感しております。

当ショールームでは、製品の魅力や特長のご紹介のほか、お見積りも含めた総合的なサービスのご提供に努めております。今後も、お客様にとって耳寄りな情報を発信し、頼りがいのあるショールームを目指してまいりますので、なお一層のご支援を賜りますようよろしくお願い申し上げます。

住 所 〒220-8126 横浜西区みなとみらい2-2-1
横浜ランドマークタワー26F

休 館 日 火曜日、水曜日、夏期、年末年始、5月連休

営業時間 AM10:00～PM5:00



木と俳句

有名な俳人の句に
詠まれた木について
ご紹介します。

栗のつや落ちしばかりの光なる

室生犀星



詩や小説よりも先に
俳句の道へ入った室生犀星

室生犀星（むろう・さいせい）は、明治時代の中頃に石川県金沢市で生まれました。金沢地方裁判所で下働きを勤めていた14歳の頃、上司の影響で俳句の投稿を始めます。のちに詩や小説で有名となり、小説『あにいもうと』や『杏子』は映画化もされましたが、犀星を最初に文学の世界へと導いたのは俳句でした。犀星の作品は、日々の生活を営む人々や、小さな命に対して暖かな眼差しを向けていることが特長です。

道はたに落ちていた栗は
“実りの秋”を告げるかのよう

「栗は、言つまでもなく秋の季語です。この句の中で、犀星は散歩でもしていたのでしょうか。ふと、道の上に栗の毬（いが）を見つけました。割れ目

からのぞく褐色の実が、秋の陽を浴びてつやつやと光っています。「さつき落ちたばかりの実だな」と、わかりました。時間が経ち、砂埃をかぶった実では光を失ってしまつてしょう。このあと、犀星は栗の毬を拾い上げてほくほくと持ち帰ったのか、それとも微笑んで通り過ぎたのか。いずれにしろ、素直な情景描写の中に、実りの季節を迎えたうれしさや楽しさまで伝わってくる一句です。

縄文時代から建物に使われ、
現代ではフローリングなどにも

栗は、その実をおいしく食べられるだけでなく、木材としての価値も高い木です。日本人は縄文時代から栗の木を利用しており、青森県の三内丸山遺跡では、櫓（やぐら）や茅葺き屋根の建物に栗の木が使われているため、近世でも建物の土台や鉄道の枕木などに重宝されてきました。

現代では、縁の下力持的な用途だけでなく、住まいの見える場所にも栗の木が使われています。突板フローリングやテーブル、カウンターなどに利用すると、栗ならではの美しい木目を毎日の暮らしの中で楽しむことができます。

ちょっと
一息の

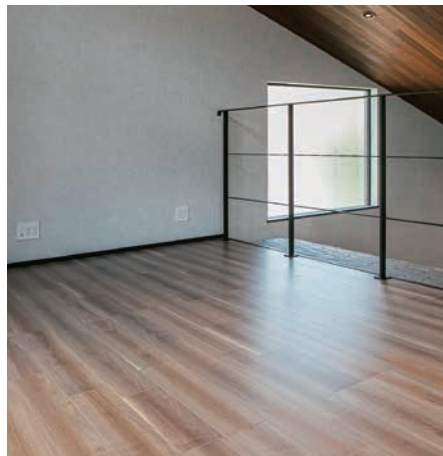
column



栗

ブナ科の広葉樹。世界では北半球、日本では東北地方に多い。芯材は黄褐色、辺材は灰白色。肌目は粗く、硬い。水湿に強く、タンニンという苦味成分を含んでいるため、虫や菌も寄せ付けにくい。

横浜市戸塚区は、もともと交通のアクセスがよく、また自然も多く残っているということで、住みやすいと人気のエリアです。近年実施された戸塚駅西側の再開発事業で、大型商業施設が開設されて利便性が増し、さらに人気が上昇しています。中川様邸は、こうした戸塚区内の閑静な住宅街の一角にあります。



2階リビング床：
天然木の個性を活かしたフローリング「銘樹エルテージ」



2階サニタリー：
シンプルで上品なデザインの洗面化粧台「アクアージュ ラグゼ」



玄関横の収納（ウォークインクローゼット）：
使いやすさを重視した「フィルフィット」



2階室内ドア：
「スキスムT」のハイドア（高さ2,288ミリ）



2階トイレ内の収納：
壁厚を利用したコンパクト収納の「ルルポ」



1階造作材：
空間を引き締めるマットブラック色の幅木「ブラックフレーム インテリア」

お施主様のご感想

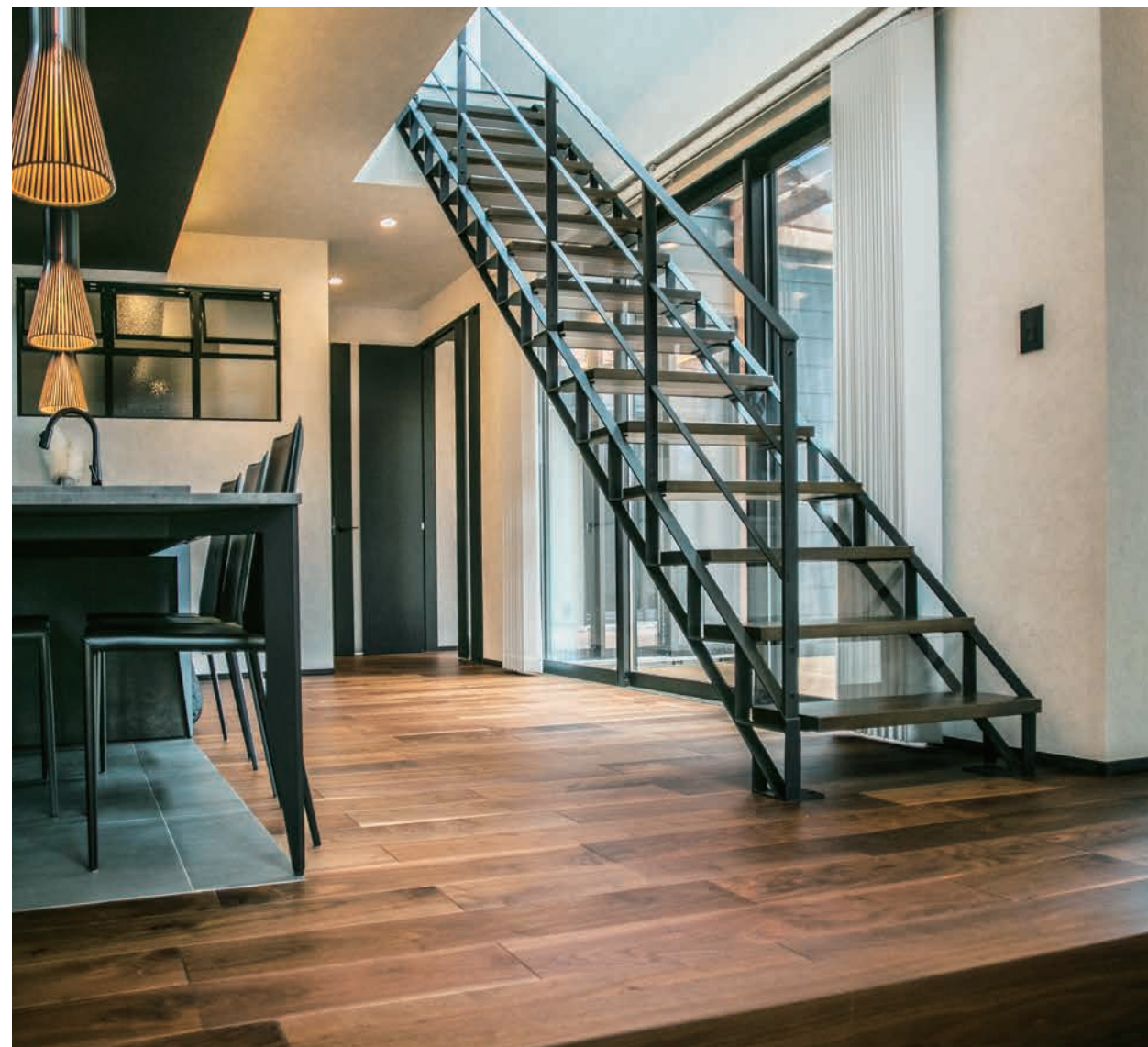


株式会社ホームランド常務取締役
兼 住宅事業部 統括部長
中川 崇様

私の勤務先（株式会社ホームランド）では、「徹底したお客様主義・真の満足とは…」をモットーに神奈川県下で建売分譲を営んでおります。こうしたことから、永大産業様ともお取引があり、同社の製品のことも存じ上げておりました。

その延長で、私個人の住宅にも複数の製品を納品していただきましたが、玄関に「グランマジエスト」を設置した第一の理由は、なにより高級感からです。シャープな天板といい、木目調の扉といい、よい製品だと思いました。玄関横のウォークインクローゼットは、（当社のお客様からの）評判がよかったので、自らも採り入れました。リビングのフローリング「銘樹・ロイヤルセレクション ブラックウォールナット」は歩行感、風合い、手触りがよく、最初からこれに決めていました。

永大産業様にはこれからも、顧客満足度の高い製品を開発し、ご提案いただければと思っています。



1階リビング床：本物志向のフローリング「銘樹・ロイヤルセレクション ブラックウォールナット」



玄関：連続した木目柄が特長の「グランマジエスト」シューズボックス

銘樹・ロイヤルセレクション グランマジエスト

「高級感と、お取引先様からの評価が採用の決め手となりました」

横浜市戸塚区 中川様

先頃、ご自宅を新築し、同じ横浜市戸塚区内から移ってこられた中川様ご家族。来客用の駐車場も完備された瀟洒な5LDKのお住まいに、当社の収納の最高級グレード品である「グランマジエスト」、同じく高級フローリング「銘樹・ロイヤルセレクション ブラックウォールナット」などをご採用いただきました。今回のプロジェクトでは、株式会社ホームランド様のご協力のもと、戸建住宅における当社製品の納入事例をご紹介します。

ウッドショック対策続報

～最新動向とお客様対応について～

コロナ禍において、米中を中心とした旺盛な木材需要やコンテナ不足を原因として、資材の調達難や価格高騰に陥ったウッドショック。世界市場を見ると最も加熱した状態からは一歩後退したものの、日本における状況は、より厳しいものとなっています。今回は最新の動向とお客様対応に焦点を当てて解説します。

最近のウッドショック動向

特に、アメリカで旺盛だった住宅需要は依然高いものの一段落し、それにともない北米の木材価格は既にピークから大きく下落しました。一方、欧州材の輸出減、海上輸送費の高騰や中国の旺盛な住宅需要による買い集めは続いています。今後、北米材の入荷に多少の期待が持てるようですが、**日本の価格相場への波及は当分先、少なくとも年内、または春先までこの傾向は続く**と想定されます。

国産材については、むしろピークはこれからです。ウッドショックの影響で**国産材需要が増えたこともあり、価格相場の高騰はすさまじい**ものがあります。供給側の皆さんも努力されていますが、国産材の増産には難題が多く、状況の改善を過度に期待できません。

さらに、この状況に追従し、ここ数ヵ月であらゆる資材価格へ影響が拡大してきました。それにともない、大小問わず多くの企業では5～6月にかけて軒並み値上げに踏み切りました。当初、平均すると坪1～2万程度でしたが、それ以上の値上げに踏み切ったところも多く見られました。しかし、その後も状況悪化が続いていますので、**8～9月以降、二段階、三段階の価格変更**に**踏み切る動き**も多く見られます。また、お客様と契約以後の価格高騰について覚書を交わしていても、説得しきれない傾向も見られ、コスト上昇分の吸収に苦労しておられます。

お客様傾向の変化

お客様の動きはコロナ禍以降も堅調に推移していますが、中には**今すぐに家を建てたいと強い意欲を持つお客様が増えてきました**。その背景にはウッドショックに関する情報が広く認知されはじめ、その影響が出てきているようです。特に、**住宅購入のタイミング、工期遅延への不安やコストアップについて気にされる方や、建てる熱意が強い分、その回答を誤るとあっさり信頼を失い失注してしまう**、というケースも見られ、企業側の対策が求められています。

一言でいえば、できるだけ早期にお客様と強い信頼関係を築くことであり、特に、初回面談の重要性が今まで以上に重要であると言えます。また、ウッドショックに関わる不安を解消できるよう、**ウッドショックに対する自社の立場を含め、どう回答するのか明確にすることも必要不可欠**です。Webからの発信方法が進化し、情報を積極的に公開する動きも目立っています。**各資材価格の変化やそれに対する自社の見解を詳しく定期的に公開する等、お客様が知りたい情報を事前に提供し、信頼を高めよう**といった動きも見られるようになりました。



ウッドショックの鎮静化は、来年と考えられますが、その時にお客様が活発であり続けることは期待できません。住宅会社にとって難しいかじ取りが求められている時期ですが、お客様対応を改善し失注を減らし、難局を乗り切っていただきたいと思います。



今回も当社の建具製品の歴史についてご紹介します。

全社戦略WSLに沿った室内ドアを発売



シンプルドア

住宅用の建具は、市中の建具業者が「一カ所ずつ開口部の寸法を測って製造していたものですが、高度成長期には工業化された大量生産の製品が重宝がられるようになりました。室内ドアに関しては、住宅の洋風化も相まって、芯組みの両面に化粧板を貼り合わせた構造のフラッシュが急激に伸びていき、当社がこのフラッシュの室内ドアを生産し始めたのは、1979年からでした。

1984年、当社は復活を目指し、2年間練りに練った全社戦略WSL(ウッド・システム・ライフ)の展開に着手しました。この戦略は、カラーコーディネート重視し、選り抜きの製品群で空間提案を行うというものでしたが、この戦略に基づいて開発した初めての室内ドアが「シンプルド

ア」でした。

この「シンブルドア」は、フラッシュの片開き戸で、前回までにご紹介した収納製品「ロイヤルシュノール」や、当社のキッチン「ピアライン」とのコーディネートを想定していました。このため色は当時、高級品として引き合いの多かったワインカラー、ダークオークなど5色を取り揃えたほか、レバーハンドルについてもオリジナルデザインのものを採用しました。さらにドア本体のエッジを曲面仕上げとし、重厚感のある雰囲気が漂う仕上げとしました。また、ドアの枠材は壁厚(115×145mm)に合わせて見込幅(145×175mm)の調節を行う方式を用いました。

こうして高級ゾーンを対象とした「シンブルドア」の生産・販売体制を固めた当社が、次に狙いを定めたのは、普及価格帯における製品ラインナップの充実でした。

1985年、当社はWSLの普及型製品との色合わせを想定した「コーディネートドア」を発売しました。

「室内ドアのユニット化」にも挑戦



種類が豊富だったコーディネートドアCD

を用い、フラットなものや、格子状にガラスをはめ込んだもの、また親子ドアなど、豊富な種類を取り揃えていました。また、枠材は「シンブルドア」のように壁厚(111×151mm)に対し、見込幅(145×185mm)の調整を行うという点では同じでしたが、「シンブルドア」との違いを鮮明にするため、ドア枠の片面、または両面に、あらかじめ掘っておいた溝にL型の枠材をはめ込む「ケーシング」を用いることにしました。翌1986年には、「コーデイナー

種類が豊富だったコーディネートドアCD

トドアCD」と名称を変更し、引き戸、引き違い戸とさらに種類を増やしていきましました。

さて、製品の品揃えも一段落したところで、次に当社が打った一手は、室内ドアの扉本体と枠材のユニット化でした。

というのは、幅木や廻り縁などのこと。造作材は、ドア本体や枠材の色柄、形状に合わせるのが一般的だったからです。そこで最初からユニット化を標準仕様としてしまえば、造作材も当社製品が選ばれやすくなるだろうと考えたのです。

1994年、当社は本社に建具工場を建設し、あらかじめドア本体と枠材を蝶番で吊り込んだ出荷体制を組みました。

当初は思惑通り、造作材の売り上げが伸びていきましたが、ある一定のところまで来ると頭打ちの状態

となつてしまいました。調べてみると施工現場では、省施工化やリスク回避のため「先に枠材を取り付け↓後からドア本体を吊り込み」が定着していたのです。

2002年、当社は方針を変更し、ドア本体と枠材を別にして販売するようになりました